

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

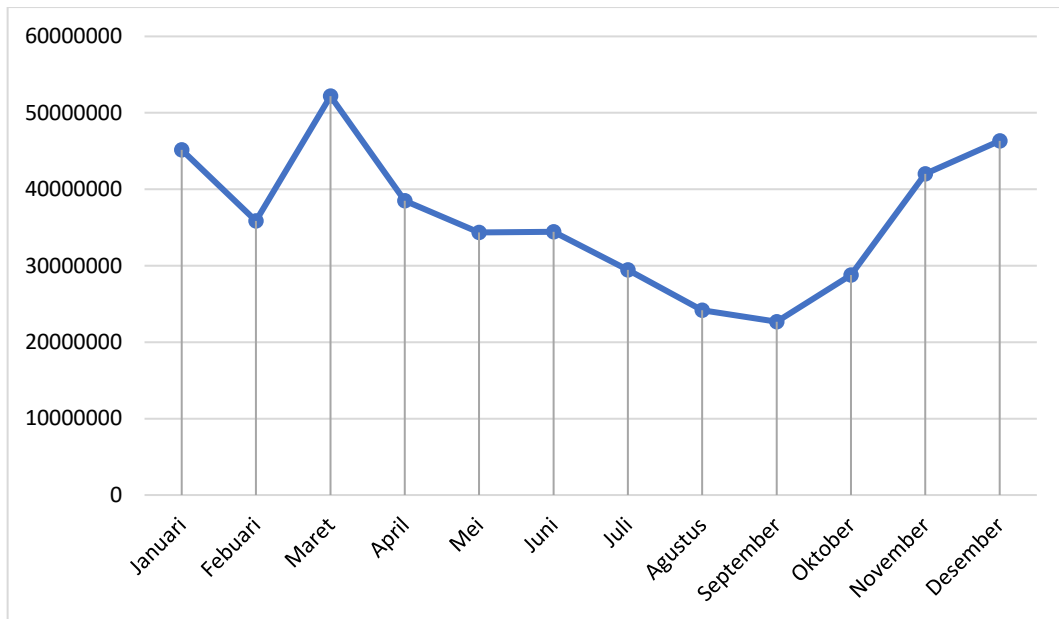
Perkembangan dunia fashion di Indonesia terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu yang dapat dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan maupun start up baru yang memulainya bermunculan di bidang ini. Jika dilihat dari berbagai aspek *fashion* tidak hanya berkaitan dengan gaya berbusana seseorang akan tetapi berhubungan juga dengan gaya rambut, kosmetik, kendaraan hingga otomotif. Gaya dalam berpakaian adalah salah satu *fashion* yang memberikan ruang apresiasi pada setiap individunya mulai dari jenis pakaian, cara berpakaian, hingga berpakaian, berdasarkan kebutuhan setiap individu begitu banyak pilihan yang dapat digunakan seperti aksesoris, sepatu, tas, baju, celana, dan begitu banyak pilihan untuk berbagai umur dari mulai balita, anak-anak, remaja, dewasa, bahkan sampai orangtua juga tersedia berbagai jenis mode pakaian yang dapat dipilih. Secara khusus *fashion* sendiri dapat dikatakan sebagai gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang baik dalam keseharian maupun pada saat tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan.

Tren berbusana sendiri sangat berpengaruh pada tren mode global di Indonesia, dimulai dari berbagai ide, kreatifitas, dan campuran dari berbagai budaya bisa di tuangkan dalam membuat sebuah tren *fashion*. Tren berpakaian selalu mempunyai tempo terhadap kepopulerannya. Terlebih lagi trend terhadap busana, busana merupakan salah satu kebutuhan pokok yang dapat dikategorikan dalam hal yang mengalami perubahan cepat. Produk *fashion* yang paling bervariasi adalah busana remaja, salah satunya yaitu kaos yang menjadi salah satu pilihan para remaja dalam berbusana, bentuk kaos yang simpel dan santai cocok digunakan untuk menjalani berbagai kegiatan sehari-hari, terlebih lagi kesan casual yang mudah dipadukan dengan jeans atau bawahan *fashion* lainnya. Meskipun bentuk kaos yang tidak banyak berubah, kaos tetap menjadi pilihan karena kenyamanan penggunaan, bahan katun yang banyak digunakan membuat kaos menjadi sangat nyaman untuk kulit.

Clothing brand merupakan salah satu mode *fashion* berpakaian berupa kaos anak muda yang mempunyai tampilan simple dan mudah digunakan, *clothing brand* adalah istilah yang digunakan dalam menyebutkan perusahaan pembuat kaos, lebih spesifiknya adalah perusahaan pembuat kaos dibawah naungan merek mereka sendiri yang termasuk dalam

salah satu bidang industri yang cukup populer di Indonesia, konsep bisnis yang tidak terlalu kompleks namun membutuhkan kreativitas dalam mengembangkannya membuat bisnis ini menjadi salah satu komoditas utama di dunia bisnis pakaian terutama kaos. Di Indonesia sendiri *clothing* dibagi menjadi 2, yaitu *clothing company* dan *clothing line*. *Clothing company* sendiri adalah perusahaan yang memproduksi pakaian, tas, sepatu, atau aksesoris lainnya dengan brand mereka sendiri. Sedangkan *clothing line* merupakan perusahaan yang memproduksi suatu produk dengan menggunakan beberapa nama merek atau anak perusahaan dibawah naungan induk perusahaan. Produk *clothing* sendiri pada awalnya hanya memproduksi kaos, namun seiring berkembangnya zaman dan disadari oleh kebutuhan dalam menunjang gaya hidup. *Clothing* tidak hanya memproduksi kaos, berbagai jenis barang yang masih berhubungan dengan kehidupan sehari-hari juga diproduksi, umumnya masih seperti topi, jaket, celana, dll. *Clothing* tidak hanya memiliki toko sendiri atau hanya sekedar menitipkan produknya saja di distro.

Pangsa pasar yang besar serta diiringi dengan persaingan yang cukup ketat sejumlah brand-brand lokal yang terus bersaing untuk mendominasi pasar terus memperkenalkan brand mereka dengan melalui berbagai cara seperti melakukan promosi diberbagai media untuk memperkenalkan *brand* mereka pada masyarakat umum. Tingginya tingkat persaingan antar *clothing* terutama di daerah kota Bandar Lampung yang menawarkan berbagai macam produk yang inovatif semakin mempertajam persaingan bisnis *clothing* di Bandar Lampung pada khususnya. *Clothing brand* PT Acosys sendiri yang terdapat beberapa merek seperti amparo, ningrat, astral, the syams, helium dan yang paling baru adalah glomed memiliki tantangan yang serius dari para pesaingnya seperti Oracle, Distro Mix, Madness co., Fever, Lite, Subway project, Racerkids dan lainnya, *clothing-clothing* tersebut merupakan pesaing langsung yang disebabkan kesamaan produk yang dihasilkan dan kesamaan pasar sasarannya. *Clothing brand* PT Acosys Global Data sudah lama berdiri bukan berarti mendapatkan jaminan mendapatkan market share yang baik, hal ini terjadi karena persaingan yang semakin ketat yang ditunjukkan dengan munculnya merek kaos sejenis, sehingga omset yang diperoleh mengalami pasang surut setiap bulannya. Dengan munculnya *brand-brand* kaos baru maka akan semakin memperketat persaingan antara *clothing brand* yang ada di Indonesia terutama di Lampung. Berikut data mengenai penjualan *Clothing brand* PT Acosys Global pada tahun 2021 :



Sumber : PT.Acosys Global Data

Gambar 1.1 Data penjualan *Clothing brand* PT.Acosys Global Data pada tahun 2021

Bedasarkan gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa terjadi ketidakstabilan penjualan yang di alami *Clothing brand* PT Acosys Global Data dan mengarah pada penurunan jumlah penjualan pada tahun 2021. Kondisi penjualan yang terlihat pada grafik mengharuskan manajemen untuk membuat strategi yang lebih optimal untuk bertahan dan terus berbenah serta mencari sebab ketidak setabilan penjualan, terutama untuk meningkatkan pengaruh keputusan pembelian agar konsumen tertarik untuk membeli produk-produknya.

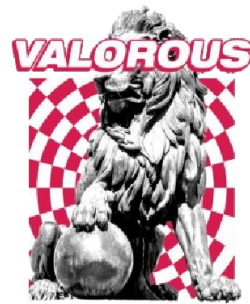
Persaingan yang ketat membuat *Clothing brand* PT.Acosys Global Data mencoba beberapa strategi dan memperbarui produk mereka sesuai dengan tren pasar saat ini. Beberapa startegi pemasaran yang dilakukan oleh *Clothing brand* PT.Acosys Global Data dalam memasarkan produknya kepada konsumen diantaranya dengan membuat berbagai desain yang menarik baik berupa desain bentuk kaos sampai dengan desain gambar yang ada pada kaos untuk dapat menarik konsumen sehingga memutuskan untuk menggunakan produk yang dijual. Selain itu harga yang ditetapkan juga menjadi perhatian yang cukup serius dalam mekikat ketertarikan konsumen terhadap produk ini. Menjadi brand kaos yang baru berkembang membuat manajemen *Clothing brand* PT.Acosys Global Data untuk berfikir ketat dalam menarik banyak konsumen dalam pangsa pasar dari produk kaos itu serta mampu bersaing dengan brand-brand lokal lainnya menjadi ketertarikan untuk

dilakukan sebuah penelitian dalam mengidentifikasi keputusan pembelian dalam membeli produk *Clothing brand* PT.Acosys Global Data dipengaruhi oleh beberapa variable diantaranya desain gambar dan harga.

Keputusan pembelian dapat dibentuk dari sikap konsumen terhadap bauran pemasaran pemasaran termasuk melalui desain gambar dari suatu produk. Perilaku konsumen cenderung berbeda-beda, ada banyak konsumen yang menyukai kaos dengan desain gambar rumit hingga simpel, dan ada pula konsumen yang mencari kaos tanpa gambar (kaos polos) yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang, sidik (2016) menyatakan bahwa desain produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian oleh karena itu, desain produk menjadi salah satu faktor yang cukup penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian suatu produk.



Gambar 1.2 desain kaos dalam bentuk tulisan abstrak



Gambar 1.3 desain kaos bergambar hewan

Clothing brand PT Acosys Global Data mempunyai berbagai jenis desain gambar pada kaosnya. Salah satu keunggulan *Clothing brand* ini yaitu mempunyai berbagai jenis desain gambar pada kaosnya mulai dari kaos bertema petualangan, muslim, hingga nusantara dengan berbagai warna dan ukuran yang beragam.

Desain merupakan gambaran konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan tampilan produk. Sedangkan desain gambar atau desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara visual. Desain akan memanfaatkan suatu gambar sebagai media dalam penyampaian pesan, Informasi yang disampaikan di dalamnya akan dilakukan seefektif mungkin. Desain gambar mempunyai dampak besar kepada konsumen sebagai khalayak sasaran karena, mampu mampu menginformasikan fenomena tertentu. desain gambar yang bagus pada kaos akan menarik minat masyarakat untuk memakai, membaca, melihat bahkan sampai memilikinya. Dalam hal ini penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah desain gambar yang sudah diluncurkan mampu mempengaruhi

keputusan pembelian dan untuk mengetahui desain gambar seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Sidik (2016) menyatakan bahwa desain mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, desain produk menjadi salah satu faktor yang cukup penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian suatu produk. Penelitian sebelumnya dilakukan juga oleh Caisaria Kartono Putri (2019) yang menyatakan bahwa, desain gambar mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini juga dimungkinkan terjadi pada *Clothing Brand* PT.Acosys Global Data.

Harga adalah satuan terpenting harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Harga memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan karena tinggi rendahnya suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk yang mereka inginkan. Hal ini sejalan dengan hasil riset yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan 75% responden menjadikan harga adalah faktor utama membeli produk (Databoks.katadata.co.id, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menguji persepsi desain gambar dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen *clothing brand* PT.Acosys Global Data. Peneliti tertarik untuk membahas *clothing brand* ini karena ingin terus mengembangkan *clothing brand* hingga dapat bersaing dengan brand-brand terkenal lainnya. Dengan masalah yang timbul adalah pihak *Clothing brand* PT Acosys Global Data perlu mengetahui apakah desain gambar yang terdapat pada kaos sudah efektif untuk menimbulkan keputusan pembelian pada konsumen, serta untuk melihat apakah harga yang sudah digunakan menarik bagi konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “ **Pengaruh Desain Gambar Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian** ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah desain gambar mempengaruhi keputusan pembelian pada *clothing brand* PT.Acosys Global Data.

2. Apakah harga produk mempengaruhi keputusan pembelian *clothing brand* PT.Acosys Global Data
3. Apakah desain gambar dan harga mempengaruhi keputusan pembelian *clothing brand* PT.Acosys Global Data.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjektif dalam penelitian ini adalah konsumen dari *clothing brand* PT.Acosys Global Data Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objektif dalam penelitian ini adalah desain gambar, harga, dan keputusan pembelian.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini berlokasi di Kota Bandar Lampung, Lampung, Yang bertempat di PT .Acosys Global Data.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan kebutuhan yang dimulai pada November 2021 sampai Mei 2022.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini mengacu pada ilmu manajemen pemasaran yang membahas tentang Desain Gambar dan Harga terhadap keputusan pembelian *clothing brand* PT.Acosys Global Data Lampung.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh desain gambar terhadap keputusan pembelian *clothing brand* PT.Acosys Global Data.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian *clothing brand* PT.Acosys Global Data.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain gambar dan harga produk terhadap keputusan pembelian *Clothing Brand* PT.Acosys Global Data.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengetahui bahwa faktor desain gambar dan harga dari produk dapat menjadi faktor penentu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan dapat menjadi sumber untuk mengembangkan strategi pemasaran.

1.5.2. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya tentang desain gambar dan harga.

1.5.3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengaplikasikan teori-teori yang sudah didapatkan selama perkuliahan guna untuk melihat perbedaan antara teori dan kondisi sebenarnya yang terjadi dilapangan, serta untuk menggali dan memperluas wawasan dan pengetahuan.

1.6 Sistematika Penelitian

dalam penelitian ini pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang berkaitan pada penelitian yang berjudul pengaruh desain gambar, dan harga produk terhadap keputusan pembelian *clothing brand* PT.Acosys Global Data.

Bab II : Landasan Teori

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang mendukung penelitian yaitu tentang desain gambar, harga produk, dan keputusan pembelian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai desain gambar, harga produk, dan keputusan pembelian pada produk *clothing brand* PT.Acosys Global Data.

Bab IV : Hasil Penelitian

Dalam bab ini hasil penulis menguraikan tentang pembahasan mengenai pengaruh desain gambar, dan harga produk terhadap keputusan pembelian pada *clothing brand* PT.Acosys Global Data.

Bab V : Simpulan Dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN